

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif dan metode yang digunakan oleh peneliti adalah survey. Jenis penelitian bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel, oleh karena itu jenis penelitian ini sesuai jika digunakan untuk menjelaskan hubungan antara terpaan iklan terhadap minat dan untuk menguji hipotesisnya.

Menurut Singarimbun (2006), penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui uji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, sehingga dapat diketahui berapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya serta besar arah hubungan yang terjadi.

Dari definisi tersebut, alasan pemilihan model penelitian ini dimaksudkan untuk membuat penjelasan mengenai hubungan sebab akibat yang diperoleh antar variabel yang diperoleh dengan fakta-fakta, sifat-sifat, serta besar arah hubungan itu terjadi. Jadi penelitian yang dilakukan disini adalah penelitian penjelasan untuk menguji pengaruh terpaan iklan Tokopedia versi “Dimulai dari Tokopedia” terhadap minat memasarkan produk secara *online*.

#### **3.2. Waktu Penelitian**

Waktu pelaksanaan pengambilan data untuk hasil pra survey adalah pada bulan April hingga Mei 2017. Pengambilan data untuk survey penelitian adalah 14 hari dimulai tanggal 3-17 Juli 2017. Peneliti menggunakan kuesioner dengan disebarkan secara langsung kepada responden. Sebelumnya peneliti telah menda

anggota kelompok UMKM Perempuan Mandiri Sumber Perubahan Kota Malang sebagai populasi penelitian dan disesuaikan dengan kriteria penelitian kemudian sampel diambil sesuai dengan kriteria tersebut.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2005), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, yang menjadi target populasi adalah anggota kelompok UMKM Perempuan Mandiri Sumber Perubahan yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan anggota kelompok dari UMKM Perempuan Mandiri Sumber Perubahan Kota Malang.
2. Pernah melihat iklan Tokopedia versi “Dimulai dari Tokopedia” pada salah satu media massa.

Setelah penjarangan populasi, peneliti dapat menentukan jumlah populasi yaitu sebanyak 64 orang yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Karena jumlah populasi adalah kurang dari 100 maka teknik sampling yang digunakan adalah total sampling (meneliti keseluruhan populasi).

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan data langsung pada UMKM yang bersangkutan. Data primer diambil dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan langsung kepada anggota UMKM Perempuan Mandiri Sumber Perubahan yang pernah melihat iklan Tokopedia “Dimulai dari Tokopedia” pada salah satu media massa. Untuk memperoleh data, digunakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi kuesioner atau seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2005). Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan pilihan jawaban sehingga responden dapat langsung memilih salah satu dari beberapa pilihan jawaban yang telah disediakan.

### 3.5. Uji Instrumen Penelitian

Menurut (Imam Ghazali, 2016) menyatakan bahwa instrumen data yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

#### 3.5.1. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data tersebut valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2005). Pengukuran yang valid merupakan instrument yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah terdapat item pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Teknik untuk mengukur validitas kuesioner adalah dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, memakai rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :  $r_{xy}$  = Koefisien korelasi

N = Banyak sampel

X = Item dari variabel yang diuji

Y = Jumlah skor semua item variabel yang diuji

Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* untuk menemukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perhitungan ini juga perlu dikonsultasikan dengan tabel *r product moment* dengan kriteria penilaian uji validitas :

- a. Apabila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (pada taraf  $\alpha$  5%) maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut valid
- b. Apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel (pada taraf  $\alpha$  5%) maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut tidak valid

### 3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen, dalam hal ini kuesioner, dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama dan akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2005).

Reliabilitas dihitung dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Nilai *alpha* berkisar antara 0 sampai 1. Tindakan pengukuran akan dikatakan reliabel jika paling tidak nilai *alphanya* 0,6. Formula Uji Reliabilitas:

$$\alpha = \left[ \frac{N}{N-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2 item}{\sigma^2 total} \right]$$

Dimana :  $\alpha$  = *Cronbach's alpha*

N = Banyaknya pertanyaan

$\sigma^2_{item}$  = Variance dengan pertanyaan

$\sigma^2_{total}$  = Variance dari skor

### **3.6. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.6.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

#### **3.6.2. Uji Linearitas**

Ketika melakukan uji regresi linear, uji linearitas merupakan salah satu syarat atau asumsi yang harus dipenuhi (Ghozali, 2016). Linearitas adalah sifat hubungan yang linear antar variabel, artinya setiap perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Untuk mengetahui hasil dari uji linearitas, dapat dilihat dari nilai Signifikansi. Apabila nilai signifikansi  $>0,05$  maka data tidak bersifat linear. Tetapi apabila nilai dari signifikansi  $<0,05$  maka data bersifat linear dan dapat dilanjutkan kepada uji regresi (Ghozali, 2016).

### 3.7. Teknik Analisis Data

#### 3.7.1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana yaitu suatu analisis untuk menganalisis pengaruh terpaan iklan Tokopedia versi “laris manis dimulai dari tokopedia” di televisi terhadap minat pemasaran *online* pada anggota kelompok UMKM Perempuan Mandiri Sumber Perubahan. Rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Minat pemasaran *online*

a = Nilai constan

X = Terpaan iklan Tokopedia

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel

#### 3.7.2. Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah di mana  $H_0$  ditolak).

Sebaliknya, disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah di mana  $H_0$  diterima.

